

потоками робіт (workflow); технологія електронного обміну даними; спільний медіа-простір; технології колективного навчання.

Системи підтримки групової роботи включають такі інструментальні засоби: управління регламентом (порядок денний); електронного мозкового штурму; голосування; електронного складання календарного плану; управління проектами; управління адресною книгою тощо.

Різноманітність і багатофункціональність методологічних і інформаційно-технологічних засобів забезпечує всебічну підтримку бізнес-аналізу, проте потребує дослідження можливостей використання на різних його етапах і розроблення відповідної тех-

and similar papers at core.ac.uk

provided by Institutional Repository of Vadym Hetma

Література

1. Howard Podeswa. The Business Analyst's Handbook. Course Technology PTR. — 2008.

К. О. Гродзієвська, аспірант,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування» НАН України,
e-mail: revengerio@ukr.net

ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ НАДХОДЖЕННЯ ПРОДУКЦІЇ НА АГРАРНИЙ РИНОК

Гродзиевская Кристина
Прогнозирование объемов
поступления продукции
на аграрный рынок

Grodzievskaya Kristina
Product quantity supply
forecasting for agriculture market

Важливим елементом діяльності підприємств агропромислового комплексу повинно бути прогнозування обсягів реалізації продукції. Прогнозування — це наукове дослідження перспектив, розробка і обґрунтування напрямів і можливостей розвитку галузей, що забезпечують потреби суспільства товарами залежно від ринкової кон'юнктури. Відхід від планування ставить завдання розробки концепцій розвитку, прогнозів, на основі яких підприємства формують свої цілі та шляхи їх досягнення.

Розробка прогнозів має базуватися на об'єктивних законах, економічних і соціальних взаємозв'язках і координації розробок і шляхів адаптації виробників до вимог ринку. Тому Верховна Ра-

да України у березні 2000 року прийняла Закон «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного й соціального розвитку України». Ним передбачається розробка прогнозних і програмних документів економічного та соціального розвитку на середньо- (5 років) і короткостроковий (один рік) періоди як для України в цілому, так і регіонів, територіальних громад, окремих галузей економіки. Передбачена також розробка прогнозних і програмних документів на триваліший строк.

Тривалість періоду повинна підпорядковуватись меті прогнозу, який складають залежно до потреб підприємств [1, с. 114—115]. Прогнозування повинно забезпечувати пропорційний розвиток галузей і сфер АПК на основі удосконалення фінансово-кредитної системи та державних субсидій і дотацій, органічного поєднання внутрішньої та зовнішньої політики. Аграрним виробникам необхідно добре володіти інформацією щодо кон'юнктури, прогнозу ринків по відповідному виду продукції тому, що в цих обставинах надзвичайної актуальності набуває проблема збуту.

Об'єктивною необхідністю під час прогнозування надходжень сільськогосподарської продукції на світовий ринок стає потреба проведення моніторингових досліджень сучасних агроформувань, виявлення їх рівня рентабельності, спроможності до фінансової стабільності та здійснення змін на найближчу перспективу. А це можна побачити на результатах господарювання, дослідивши результативність виробництва продукції на 100 га сільськогосподарських угідь.

З основних причин скорочення надходжень вітчизняної продукції на світовий ринок є збитковість виробництва як через коливання світових цін на продукцію, так і високий рівень фондомісткості продукції, кредитної заборгованості, великого зношення основних фондів, низької продуктивності праці відносно країн конкурентів.

Гарантії для точнішого прогнозування надходження вітчизняної продукції на світовий ринок дає механізм стабілізації цін, який базується на плаваючому миті, що залежить від цін світового ринку. Поряд з механізмом закупівельних і товарних інтервенцій необхідно використовувати режим, що передбачав би встановлення нижніх і верхніх граничних закупівельних цін. Як приклад, держава повинна гарантувати закупівлю зерна за нижніми граничними цінами, а механізми закупівельних і товарних інтервенцій повинні включатися в автоматичному режимі при досягненні граничних цін.

На стадії конкурентної боротьби за світові ринки збуту першочергового значення набуває така складова маркетингу, як реклама. Основна її функція — оголошення про перевагу певного

продукту в порівнянні з аналогічним. В Україні витрати на рекламу становлять 2—2,5 % від прибутку, що в ринкових умовах незначно. За кордоном цей показник сягає 10—12 % [2, с. 38].

При розробці прогнозів розвитку аграрного ринку, забезпечення його необхідним обсягом продукції не можна допускати необ'єктивного визначення і недооцінки реальної ситуації.

Використання методу прогнозування у прийнятті управлінських рішень має велике теоретичне і практичне значення, стає вирішальним у досягненні ефективності виробництва і реалізації продукції, повинен здійснюватися ринковий принцип — вся вироблена продукція має бути реалізована. Державна політика повинна бути спрямована на забезпечення продовольчої безпеки, відновлення і зміцнення її позицій на внутрішньому й світових ринках за рахунок виробництва «цінотривків» товарів із доданою вартістю в найближчій перспективі.

Література

1. *Кодацький В. П.* Прогнозування обсягів реалізації продукції підприємств АПК / В.П. Кодацький // Економіка АПК. — 2008. — № 6. — С. 113—116.

2. *Козачук Н. А.* Развитие оптовой торговли продовольствием на региональном уровне / Н. А. Козачук // Достижения науки и техники АПК. — № 12. — 2000. — С. 34—38.

Н. М. Євдокимова, к.е.н., доцент,
професор кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
e-mail: enenjev@gmail.com

УТОЧНЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СУТНОСТІ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ

Євдокимова Ніна
Уточнение функциональной
сущности бизнес-аналитики

Yevdokimova Nina
Clarifi the functional nature
of business intelligence

Використання інструментів бізнес-аналітики стало однією головних і найбільш обговорюваних тем нинішнього року. Це обумовлено принаймні кількома обставинами, а саме:

по-перше, значно зросла і продовжує стрімко зростати кількість інформації, яка використовується в процесі управлінських рішень;